

МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАУКИ
НОВОГО ТИСЯЧОЛІТТЯ»**

(22-23 грудня 2017 року)

Частина ІІ

Хмельницький
2017

УДК 001.895"3"(063)
I - 66

Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття. Матеріали
I - 66 II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Хмельницький,
22-23 грудня 2017 року). – У 2-х частинах. – Херсон : Видавничий дім
«Гельветика», 2017. – Ч. 2. – 192 с.
ISBN 978-966-916-449-0

У збірнику представлені матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття». Розглядаються загальні питання архітектури та мистецтвознавства, державного управління, культурології, біологічних, географічних, історичних наук та інші.

Збірник призначений для науковців, викладачів, аспірантів та студентів, а також для широкого кола читачів.

УДК 001.895"3"(063)

ISBN 978-966-916-449-0

© Колектив авторів, 2017
© Видавничий дім «Гельветика», 2017

ЗМІСТ

ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ

Вовк В.О. ХАРАКТЕРИСТИКА ІСТОТНИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ МІЖ ПОКАЗНИКАМИ СУБ'ЄКТНОЇ ПОЗИЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ.....	8
Гриб Т.О., Наливайко Р.І., Штифурак В.Є. ІМІДЖ КЕРІВНИКА В СТРУКТУРІ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ	11
Давиденко В.М. ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОЇ СФЕРИ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ І З РІЗНИМ РІВНЕМ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ	15
Зубко А.О. ІГРОВІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ОСНОВ ЗДОРОВ'Я.....	18
Куца А. А. РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА	22
Лигоміна Т.А. ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРА ФЕНОМЕНУ	24
Литвинчук М.Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ПРИКОРДОННИКІВ ДО ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ.....	28
Любінецька Г.Л. ТРИВОЖНІСТЬ СТАРШОКЛАСНИКІВ ЯК РИЗИК-ФАКТОР УСПІШНОГО СКЛАДАННЯ ТЕСТІВ ЗНО.....	31
Макушева С.П. СПЕЦИФІКА ВПЛИВУ НАВЧАЛЬНОГО СТРЕСУ НА ПІЗНАВАЛЬНУ АКТИВНІСТЬ СТРАШОКЛАСНИКІВ	34
Неживенко В.В., Шевченко Н.О. ПОНЯТТЯ ІМІДЖУ ЯК СИМВОЛІЧНОГО ОБРАЗУ	37
Опанасенко Л.А. ПСИХОЛОГІЧНІ КРИТЕРІЇ РОЗВИТКУ ЗДІБНОСТЕЙ ДО НАВЧАЛЬНОГО ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ У СТАРШОМУ ШКІЛЬНОМУ ВІЦІ	39
Остроушко-Черноус І.М. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ КОНФЛІКТНОГО СПІЛКУВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ	42
Полешко Н.С. СОЦІАЛЬНА ДЕЗАДАПТАЦІЯ У ПІДЛІТКОВО-ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА НАВЧАЛЬНУ ДІЯЛЬНІСТЬ	45
Скрипай А.В. СОЦІАЛЬНА СУТНІСТЬ КОНФЛІКТУ	48
Теслюк Д. А. ВОЛОНТЕРСЬКА РОБОТА ЯК ЗАСІБ САМОРОЗВИТКУ	51
Холостих Л.В. САМОТНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН.....	53

Лигомина Т.А.

аспірантка,

*Інститут людини Київського університету
імені Бориса Грінченка*

ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРА ФЕНОМЕНУ

Сучасна українська школа знаходиться на шляху інновацій та реформ. Перед навчальними закладами постають нові актуальні задачі, такі як формування в учнів компетентностей та цінностей, необхідних для успішної самореалізації в суспільстві, організація навчального процесу на основі партнерства між усіма учасниками освітнього процесу, орієнтація на потреби, інтереси та можливості учня.

Особлива роль у період інновацій відводиться психологу освітнього закладу, адже саме він допомагає адаптуватися до змін дітям, педагогам, батькам. Від психолога вимагається здатність вчасно надати психологічну допомогу, бути організатором психологічної просвіти серед колег-педагогів, батьків та учнів, реалізовувати психологічну складову під час підготовки різноманітних виховних заходів, згуртовувати навколо себе психологів-однодумців тощо. Для досягнення своїх професійних задач та цілей практичному психологу необхідно зарекомендувати себе як висококваліфікованого фахівця, професіонала своєї справи. Отже, створити власний ефективний професійний імідж.

Дослідженням професійного іміджу фахівців різноманітного профілю займалося багато науковців: Л. Данильчук, В. Ісаченко, В. Орешкін, О. Панасюк, В. Шепель, О. Наумова, І. Ніколаеску, К. Атаманська, О. Попова, Г. Андрєєва, Ю. Дзядевич, І. Сімонова та інші.

О. Попова визначає, що професійний імідж – це враження про фахівця, яке він справляє на оточуючих, завдяки його професійно-особистісним якостям, комунікативним вмінням, поведінці, а також зовнішньому вигляду [9].

В. Шепель розглядає професійний імідж як уявлення про людину як про фахівця, професіонала своєї справи [12].

І. Ніколаеску, вивчаючи професійний імідж соціального педагога, характеризує його як форму життєвого прояву фахівця, за допомогою якої він, активуючи особистісно-ділові якості, професійно і особистісно самостверджується [7].

Г. Андрєєва зазначає, що професійний імідж необхідно розглядати як образ, що формується в результаті соціальної перцепції і обумовлюється суб'єктами сприйняття [1]. Також важливою для дослідження є теза С. Наумової, що професійний імідж будується на підставі знань про образ ідеального представника тієї чи іншої професії в очах реципієнтів [6].

Провівши аналіз наукових розвідок, прийшли до висновку, що у нашому дослідженні професійний імідж психолога буде розглядатися як певний образ

людини як фахівця, професіонала своєї справи, що формується у свідомості суб'єктів сприйняття під впливом його професійних та особистісних якостей.

Необхідним етапом у формуванні цілісного уявлення про професійний імідж психолога є визначення його структури. Серед науковців немає однозначної характеристики структури професійного іміджу, саме тому необхідно розглянути існуючі підходи для розробки власного бачення структури професійного іміджу практичного психолога закладу освіти.

Досить переконливо виглядає структура професійного іміджу описана у дослідженнях Ю. Дзядевич [3]. Автор виділяє такі структурні компоненти професійного іміджу:

- мотиваційно-ціннісний, до якого входять такі позиції, як інтерес до професійної діяльності, цінність самоактуалізації та самореалізації, бажання створити власний імідж, потреба в оригінальності; розуміння значення іміджу в професійній діяльності;

- когнітивний – спеціальні фахові знання, знання щодо мети створення та змісту іміджу, розуміння сутності та можливостей використання професіонального іміджу;

- операційний – реалізація цілей професійної діяльності, вміння, спрямовані на самовдосконалення; вміння встановлювати доцільні стосунки;

- рефлексивний – вміння оцінювати та аналізувати власну професійну діяльність, здатність коригувати власні недоліки, почуттєво-емоційне пізнання світу, усвідомлення власних особливостей та можливостей;

- особистісно-професійний до якого відноситься толерантність, емпатія, творча уява, уміння створювати позитивний психологічний клімат, інтуїція, комунікативність, мобільність, аналітичні здібності.

Описані структурні компоненти досить близькі за значенням та актуальні при вивченні професійного іміджу психолога, відображають такі важливі саме для психолога риси, як рефлексивність, саморегуляція, самореалізація та самовираження особистості, знання та навички щодо ефективного формування власного іміджу.

І. Сімонова вважає, що найбільш інформативно виглядає структура іміджу спеціаліста, яка включає чотири групи компонентів: ядро іміджу, індивідуально-особистісний, соціальний та професійний компоненти [10].

До структури ядра іміджу відносить «Я-концепцію», духовність, ціннісні орієнтації. Ці характеристики забезпечують стійкість і активне функціонування всієї структури.

Індивідуально-особистісний комплекс включає в себе індивідні (вік, стать), конституційні (статура, риси обличчя), особистісні властивості (характер, здібності, емоційно-вольові якості тощо), а також, форми спрямованості (потяги, бажання, інтереси, схильності, ідеали, світогляд, переконання). На його формування впливають біохімічні особливості (що впливають на статуру, звук голосу, зовнішній вигляд), нейродинамічні, а також психодинамічні властивості (темперамент і задатки). В особистісному компоненті іміджу найважливішу роль відіграють форми спрямованості особистості і морально-етичні якості.

Соціальний (соціально-психологічний) комплекс характеризує стан і поведінку людини в соціумі. Це соціальний статус, соціальні ролі, моделі рольової

поведінки, а також соціальне та матеріальне середовище проживання, стиль життя, основні канали соціальних контактів (членство в клубах, місця проведення та форми дозвілля). Також включено культуру мови і манеру спілкування, словниковий запас, охайність-неохайність, стиль одягу та багато іншого.

Професійний комплекс формується в процесі професійного розвитку і являє собою сукупність професійно орієнтованих характеристик, які виражаються в професійній та культурній компетентності. До цього компонента відносять якості, які виражають професійну ідентичність, як відповідність людини і професії, розуміння своєї професії, прийняття себе в професії, рівень професійної культури. Професійний компонент в іміджі відображає професійний портрет особистості [13].

У своїх дослідженнях В. Шепель, також виділяє ядро іміджу як стійкий комплекс структури іміджу. Це природні, успадковані якості, а також характеристики особистості, сформовані в процесі виховання і освіти, спрямованість особистості, ціннісні орієнтації, соціальні установки, «Я-концепція», що обумовлює всі психічні процеси [11].

Перш ніж перейти до безпосереднього розгляду структури професійного іміджу практичного психолога, зупинимося на розгляді «Я-концепції» як однієї з найважливіших складових особистості.

«Я-концепція» – це сукупність уявлень людини про себе, яка допомагає їй усвідомити власну унікальність та відмінність від інших, формує її самооцінку. На думку Р. Бернса, «Я-концепція» представлена у вигляді ієрархічної структури, в якій глобальне «Я» є вершиною, яка конкретизується в сукупності установок особистості щодо себе. «Я-концепція» включає такі складові: «Я-реальне», тобто «Я», яке, як людині здається, є насправді; «Я-ідеальне», а саме «Я», яке людина хотіла б мати, або «Я», до якого вона прагне; «Я-дзеркальне», себто, як «Я» людини, на її думку, бачать інші [2].

За І. Коном, «Образ Я» – це соціальна установка, ставлення особистості до себе, що включає три взаємозалежні компоненти: когнітивний (зміст уявлень про себе), емоційний (система самооцінок, емоційне ставлення до себе) та поведінковий (характеризує прояв когнітивного й емоційного компонентів у поведінці та висловлюваннях про себе) [5].

«Я-концепція» є найважливішим регулятором поведінки, саме тому займає в структурі іміджу важливе місце. О. Перелігіна визначає, що розбіжності між «Я-реальним», «Я-ідеальним» та «Я-дзеркальним» є джерелом активності для діяльності особистості по створенню іміджу. Ефективно створений імідж, на думку дослідниці, супроводжується деяким зближенням зазначених структур [8].

Подана інформація дає можливість краще зрозуміти структуру професійного іміджу психолога. О. Єлісеєва вважає, що компонентами професійного іміджу психолога є:

- зовнішній вигляд психолога (габітус, експресивна поведінка, голос); запахи і соціальне оформлення особистості (одяг та аксесуари);
- предметне середовище (фон сприйняття);
- індивідуально-психологічні особливості психолога;
- особливості професійного спілкування психолога;
- особливості професійної діяльності психолога [4].

Проаналізувавши різноманітні підходи до структури професійного іміджу, розробили власну структуру професійного іміджу практичного психолога, до складу якої входять наступні компоненти:

- ядро іміджу – це «Я-концепція», моральні принципи, система цінностей;
- особистісний компонент – особистісні якості психолога, особливості психотипу, характер, здібності, бажання, інтереси та спрямованості особистості;
- професійний – уявлення про себе як про фахівця, професійні знання, вміння та навички, професійна ідентичність психолога, навички самопрезентації, самореалізація у професії, розуміння сутності та можливостей формування і використання професійного іміджу для свого професійного розвитку;
- соціальний – образ професії в інформаційному і медіа-просторі, вміння налагоджувати контакт, слухати, переконувати інших, налаштувати позитивний психологічний клімат, зовнішній вигляд, мова, голос, стиль поведінки, стереотипи та уявлення про професію в суспільстві.

Центральним компонентом професійного іміджу психолога є ядро іміджу, адже воно включає в себе глибинні структури особистості та є рушійною силою у формуванні іміджу. Решта компонентів іміджу нашаровуються на ядро, створюючи цілісну систему. Варто також зазначити, що система є динамічною, всі компоненти професійного іміджу є взаємозалежними і доповнюють один одного.

Таким чином, професійний імідж практичного психолога закладу освіти є цілісною, складною системою, що характеризується стійкими зв'язками між всіма його компонентами. Знання структурних елементів професійного іміджу допомагають у формуванні ефективної взаємодії психолога з отримувачами психологічної допомоги, полегшують встановлення контактів, сприяють формуванню та корекції власного професійного іміджу.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо у емпіричному вивченні функцій, виокремленні чинників та стратегій формування професійного іміджу практичного психолога.

Список використаних джерел:

1. Андреева Г. М. Психология социального познания : Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Г. М. Андреева. – Издание второе, перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 244 с.
2. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Бернс Роберт, [под ред. В. Я. Пилиповского]. – М. : «Прогресс», 1986. – 420 с.
3. Дзядевич Ю. В. Діагностика сформованості професійного іміджу у студентів мистецьких спеціальностей: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Актуальні питання теорії та практики психолого-педагогічної підготовки фахівців за соціономічним профілем». / Ю. В. Дзядевич. – Хмельницький: ХНУ, 2011. – С. 29-31.
4. Елисеева О. О. Образ психолога в современной России. / О. О. Елисеева. Вестник ПСТГУ IV: Педагогика. Психология 2011. – Вып. 2 (21). – С. 103-113.
5. Кон И. С. Открытие «Я» / И. С. Кон. – М.: Политиздат, 1978. – 367 с.
6. Наумова С. А. Имиджология: Учеб. пособие / Том. политехи, ун-т. – Томск, 2004. – 116 с.
7. Ніколаєску І. О. Розвиток професійного іміджу соціального педагога в після-дипломній освіті [Рукопис]: дис. канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія та методика професійної освіти» / Інна Олександрівна Ніколаєску. – Черкаси, 2011. – 259 с.
8. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

9. Попова О. И. Имидж преподавателя вуза: проблемы трансформации в современной России [Текст]: автореф. дис. канд. соц. наук: спец. 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы» / Попова О. И. – Екатеринбург, 2007. – С. 22.
10. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. / И.Ф. Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. – 304 с.
11. Шепель В. М. Имиджелогия : Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М.: 1994. – 320, с. 142-143.
12. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравится людям [Текст] : учебное пособие / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.
13. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность: Монография. / Л. Б. Шнейдер. – М.: МОСУ, 2001. – 272 с.

Литвинчук М.Ю.

науковий кореспондент,

Інститут психології імені Г.С. Костюка

Національної академії педагогічних наук України

ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ПРИКОРДОННИКІВ ДО ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

Дослідження психологічної готовності до діяльності в кризових станах та визначення її структурних компонентів представлено у роботах М.І. Д'яченко, Л.А. Кандибовича, А.Т. Ростунова, В.А. Пономаренка Г.В. Бляха [1], де вона розуміється як активnodіючий психічний стан, передумова цілеспрямованої діяльності, її регуляції, стійкості, ефективності, що допомагає успішно виконувати свої обов'язки, правильно використовувати знання, досвід, особистісні якості, зберігати самоконтроль і перебудовувати активність з появою непередбачених перешкод. М. Дяченко, Л. Карамушка, Л. Кандибович, О. Проскура, В. Сластенін, та ін психологічну готовність до діяльності розуміють як особистісне утворення, яке включає в себе мотиваційний, когнітивний, операційний компоненти. Р.І. Лучечко визначає структуру психологічної готовності до трудової діяльності через мотиваційний, психологічний, професійний компоненти. А.О. Деркач виділяє у психологічній готовності до діяльності визначає такі структурні компоненти як: пізнавальний, емоційний, мотиваційний [2].

Наше експериментальне дослідження проведено в Національній академії Державної прикордонної служби України і спрямовано на формування психологічної готовності майбутніх прикордонників до прийняття рішення в кризових ситуаціях. Загальна кількість респондентів – 495 курсантів та студентів 3-5 курсів.

Проведення експерименту відбувалося у два етапи: констатувальний та формувальний.